

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 *Analyze* (Analisis)

Pada tahap ini disajikan hasil analisis kebutuhan yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil analisis tersebut selanjutnya menjadi acuan dalam pengembangan *E-Guidebook* trilingual..

4.1.1.1. Observasi

Observasi lapangan dilaksanakan secara langsung di kawasan wisata Goa Kreo yang berlokasi di Dusun Talun Kacang, Kelurahan Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Hasil observasi berupa informasi umum mengenai objek wisata tersebut kemudian disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Informasi umum objek wisata Goa Kreo

Aspek	Keterangan
Lokasi	Jl. Raya Goa Kreo, Kelurahan Kandri, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang
Jam Operasional	08.00–17.00 WIB
Harga Tiket Masuk (Hari Biasa/Akhir Pekan)	Rp8.000 / Rp10.000
Tarif Parkir (Motor/Mobil)	Rp3.000 / Rp5.000
Fasilitas	Toilet, Mushola, Gazebo, Tempat duduk, Warung UMKM, Area parkir luas

Sumber: Data Pribadi (diolah)

Berdasarkan hasil observasi, Goa Kreo merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi wisata alam dan wisata budaya. Selain Goa Kreo itu sendiri, kawasan ini memiliki beberapa daya tarik lain seperti Jembatan Kreo, Waduk Jatibarang, serta keberadaan kawanan monyet ekor panjang yang menjadi ikon kawasan wisata. Kawasan ini juga sebagai salah satu lokasi yang menarik untuk menikmati matahari terbenam. Selain itu, Sesaji Rewanda yang diselenggarakan setiap tahunnya menjadi daya tarik budaya yang berpotensi menarik minat wisatawan.



Gambar 4.1 Spot wisata di Goa Kreo

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa media informasi yang tersedia di kawasan Goa Kreo masih terbatas. Informasi mengenai objek wisata hanya disajikan melalui dua papan informasi yang berada di dekat area parkir mobil dan di depan area Goa Kreo. Meski demikian, kedua papan informasi tersebut masih menggunakan bahasa Indonesia. Di samping itu, belum tersedia media promosi berupa *E-Guidebook* (buku panduan digital) yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk memperoleh informasi secara mandiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi mengenai daya tarik wisata Goa Kreo, khususnya kepada wisatawan mancanegara, masih belum optimal.



Gambar 4.2 Papan informasi yang tersedia di lokasi wisata

Salah satu tradisi budaya yang masih dilestarikan di kawasan wisata Goa Kreo adalah Sesaji Rewanda, yaitu perayaan tahunan yang diselenggarakan pada hari ke-7 bulan Syawal sebagai bagian dari warisan budaya masyarakat setempat. Kegiatan ini ada dalam berbagai rangkaian acara, dimulai dengan kirab budaya. Para peneliti menyaksikan langsung prosesi Festival Sesaji Rewanda di Goa Kreo. Prosesi dimulai dengan kirab budaya, yaitu jalan sekitar 800 meter dari Dusun Talun Kacang menuju lokasi pelaksanaan (area Goa Kreo) dengan membawa empat gunung besar dan satu replika gelondong kayu jati. Dilanjutkan dengan pertunjukkan kesenian, doa bersama dan pembacaan kidung, dan diakhiri dengan perebutan sesaji kepada kawanan monyet dan perebutan *sego kethek* (“*sego*” berarti nasi dan “*kethek*” berarti monyet) oleh wisatawan yang hadir.



Gambar 4.3 Peneliti menyaksikan langsung pelaksanaan Sesaji Rewanda 2025

Pelaksanaan tersebut turut dihadiri oleh Ibu Agustina Wilujeng Pramestuti selaku Wali Kota Semarang dan Bapak Iswar Aminuddin selaku Wakil Wali Kota Semarang. Selain itu, Sesaji Rewanda mendapat antusiasme yang tinggi dari masyarakat Kota Semarang maupun pengunjung dari luar daerah yang hadir untuk menyaksikan dan memeriahkan kegiatan tersebut. Antusiasme wisatawan terhadap festival terlihat tinggi, akan tetapi wisatawan yang hadir masih mengalami kesulitan dalam memahami sejarah, filosofis, serta jalannya prosesi kegiatan tersebut. Meskipun begitu, Kondisi ini menunjukkan bahwa informasi mengenai Sesaji Rewanda belum tersampaikan secara optimal, terutama bagi wisatawan mancanegara jika menyaksikan langsung festival tersebut.

4.1.1.2. Wawancara

Wawancara semi terstruktur dilakukan dengan Bapak Sugiyanto atau yang kerap dipanggil Pak Gi, selaku Ketua UPTD Goa Kreo dan Agrowisata sekaligus narasumber wawancara pada 23 April 2026 di Kantor Dinas Goa Kreo. Hasil yang diperoleh berupa informasi bahwa Sesaji Rewanda dilaksanakan dalam dua kegiatan yang berbeda. Pertama, tradisi diselenggarakan pada hari ketiga bulan Syawal dan khusus diikuti masyarakat Dusun Talun Kacang sebagai bentuk pelestarian tradisi turun-temurun dan bentuk rasa syukur masyarakat terhadap hasil bumi yang melimpah. Kedua, tradisi diselenggarakan pada hari ketujuh bulan Syawal dan terbuka untuk masyarakat umum. Pelaksanaan kedua ini diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) sebagai agenda tahunan sekaligus sarana promosi wisata budaya Kota Semarang.



Gambar 4.4 Dokumentasi dengan pengelola sekaligus narasumber

Hasil wawancara dengan Pak Gi, menunjukkan bahwa Sesaji Rewanda berkaitan erat dengan legenda Sunan Kalijaga yang menjadi akar historis sekaligus fondasi filosofis dari tradisi ini. Berdasarkan cerita yang diwariskan secara turun-temurun, Sunan Kalijaga melakukan perjalanan pada masa pembangunan Masjid Agung Demak dengan tujuan mencari kayu jati yang nantinya digunakan sebagai tiang saka guru masjid. Dalam perjalanannya, kayu jati yang terpilih tersangkut bebatuan sungai dan tidak dapat dilanjutkan, Sunan Kalijaga kemudian bertapa untuk berdoa hingga akhirnya seekor kawanan monyet dengan empat warna berbeda (merah, kuning, putih, dan hitam) datang membantu mengangkat dan menghanyutkan kembali kayu tersebut hingga sampai ke Demak.

Saat hendak pergi, kawanan monyet tersebut diperintah oleh Sunan Kalijaga dengan kata *Mangreho* yang artinya “Jagalah”, dan dari situ terbentuklah kata “Kreo” yang dijadikan sebagai salah satu nama destinasi wisata di Semarang. Dari situlah kemudian lahir tradisi Sesaji Rewanda, yakni pemberian makanan berupa gunungan buah dan hasil bumi kepada puluhan hingga ratusan monyet ekor panjang yang ditempatkan di sekitar area patung monyet dekat area parkir mobil. Tradisi ini dimaknai tidak hanya sebagai bentuk penghormatan terhadap sejarah leluhur, tetapi juga sebagai wujud rasa syukur kepada Allah SWT atas limpahan hasil bumi, sekaligus cerminan semangat gotong royong dan hubungan harmonis antara manusia dengan alam.

Lebih jauh, pengelola juga menjelaskan bahwa empat warna monyet dalam legenda tersebut bukan sekadar penanda visual, melainkan mengandung makna simbolis yang berkaitan dengan empat unsur alam. Warna merah merepresentasikan api, kuning melambangkan udara, putih mewakili air, dan hitam menggambarkan tanah. Keempat elemen ini mencerminkan kepercayaan masyarakat bahwa kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari keseimbangan alam semesta. Hal ini selaras dengan filosofi leluhur Jawa yang tertanam kuat di masyarakat kawasan Goa Kreo, yaitu *Memayu Hayuning Bawana* yang secara harfiah berarti menjaga keindahan dan keseimbangan dunia beserta seluruh isinya, termasuk makhluk hidup seperti monyet sebagai ciptaan Tuhan Yang Maha Esa (Endraswara, 2012). Dengan demikian, Sesaji Rewanda bukan sekadar ritual seremonial biasa, melainkan erat dengan nilai filosofis yang mencerminkan kesadaran masyarakat Jawa dalam menjaga keselarasan antara manusia, alam, dan Sang Pencipta.

Nilai historis dan filosofis yang melekat pada Sesaji Rewanda menjadikannya tidak hanya sebagai warisan budaya, tetapi juga sebagai potensi daya tarik wisata yang signifikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Gi, diketahui bahwa wisatawan asal Jepang yang selama ini berkunjung ke Goa Kreo umumnya datang di luar waktu pelaksanaan Festival Sesaji Rewanda. Artinya, peluang untuk menarik wisatawan Jepang agar turut hadir dalam festival tersebut masih terbuka sangat lebar. Dengan demikian, karakteristik tersebut sesungguhnya sangat relevan dengan apa yang ditawarkan oleh Festival Sesaji Rewanda, yang memadukan unsur sejarah, kepercayaan budaya lokal, dan interaksi langsung dengan alam.

Pengelola Goa Kreo mengakui bahwa media promosi yang selama ini dimanfaatkan untuk memperkenalkan Festival Sesaji Rewanda adalah platform media sosial Instagram. Penggunaan media promosi digital memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk memperoleh informasi terkait destinasi wisata yang akan dikunjungi. Akses terhadap informasi tersebut dapat dilakukan secara

fleksibel tanpa dibatasi oleh waktu maupun tempat. Meskipun demikian, efektivitasnya baru sebatas menjangkau wisatawan domestik. Keterbatasan bahasa asing dan konsistensi konten masih menjadi tantangan utama dalam strategi promosi berbasis media sosial untuk menarik wisatawan mancanegara. Kondisi ini menunjukkan bahwa selama informasi yang disajikan hanya tersedia dalam bahasa Indonesia, jangkauan promosi Festival Sesaji Rewanda terhadap wisatawan internasional, termasuk wisatawan Jepang, akan tetap terbatas dan belum optimal.

4.1.1.3. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara. Kedua peneliti melakukan analisis terhadap data kunjungan wisatawan ke Goa Kreo yang diperoleh dari pihak pengelola Goa Kreo selama periode 2023 hingga 2025, serta data jumlah wisatawan Jepang yang berkunjung ke Indonesia yang diperoleh melalui situs resmi Badan Pusat Statistik (BPS).

Berdasarkan informasi yang disajikan pada Tabel 1.1, terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Goa Kreo selama periode 2023–2025. Pada tahun 2025, jumlah kunjungan tercatat sebanyak 202 wisatawan, yang menunjukkan penurunan dibandingkan tahun sebelumnya dengan jumlah 257 wisatawan pada tahun 2024. Penurunan tersebut mengindikasikan bahwa diperlukan pengembangan strategi promosi yang lebih efektif dan inovatif agar potensi wisata Goa Kreo dapat lebih dikenal serta menarik minat wisatawan mancanegara.

Sementara itu, berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), tren kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia justru menunjukkan peningkatan dalam kurun waktu 2023 hingga 2025. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Data kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia 2023-2035

Tahun	Jumlah Wisatawan Jepang (orang)
2023	251.866
2024	338.900
2025	380.079

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), diolah (www.bps.go.id)

Berdasarkan Tabel 4.2, jumlah kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia periode 2023 hingga 2025 menunjukkan peningkatan. Jumlah kunjungan naik dari 251.866 orang pada tahun 2023 menjadi 338.900 orang di tahun 2024, kemudian meningkat kembali menjadi 380.079 orang di tahun 2025.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia menunjukkan adanya potensi pasar wisatawan Jepang yang perlu diperhatikan dalam kegiatan promosi pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan *E-Guidebook* trilingual dinilai dapat menjadi salah satu solusi untuk mendukung penyampaian informasi sekaligus memperluas jangkauan promosi kepada calon wisatawan Jepang.

4.1.1.4. Analisis Data Tematik

Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik yang dikemukakan oleh Braun & Clarke (2006). Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan studi literatur dianalisis untuk mengidentifikasi tema yang relevan dengan pengembangan *E-Guidebook* trilingual berbasis aspek historis dan nilai filosofi Tradisi Sesaji Rewanda. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh tiga tema utama yang menjadi dasar dalam pengembangan konten *E-Guidebook* trilingual. Tema-tema tersebut disajikan pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3 Hasil analisis tematik

Tema	Ringkasan Hasil Analisis
Historis Goa Kreo dan Asal-usul Tradisi Sesaji Rewanda	Goa Kreo memiliki keterkaitan erat dengan sejarah penyebaran Islam di Jawa melalui kisah Sunan Kalijaga yang bersemedi saat proses pengambilan kayu jati yang diperuntukkan sebagai bahan pembangunan tiang <i>Saka Guru</i> pada Masjid Agung Demak. Berdasarkan cerita masyarakat, empat ekor monyet membantu membebaskan kayu yang tersangkut, kemudian diperintahkan oleh Sunan Kalijaga untuk menjaga kawasan Goa Kreo. Dari peristiwa tersebut, monyet menjadi bagian penting dari identitas Goa Kreo. Sementara itu, Tradisi Sesaji Rewanda berkembang sebagai bentuk penghormatan masyarakat kepada monyet penghuni kawasan tersebut. Istilah <i>Sesaji Rewanda</i> secara harfiah bermakna penyediaan sesaji bagi monyet sebagai simbol hubungan harmonis antara manusia, alam, dan warisan budaya.
Nilai Filosofis Tradisi Sesaji Rewanda	Hasil wawancara menunjukkan bahwa Tradisi Sesaji Rewanda mengandung nilai filosofis yang berakar pada kosmologi Jawa dan ajaran Islam. Empat kera melambangkan empat unsur alam dan arah mata angin sebagai simbol keharmonisan manusia dengan alam. Gunungan merepresentasikan rasa syukur atas hasil bumi, sedangkan seluruh prosesi mencerminkan konsep <i>Memayu Hayuning Bawana</i> . Nilai gotong royong,

	kebersamaan melalui <i>sego kethek</i> , serta pelestarian budaya juga menjadi makna utama yang diwariskan kepada generasi penerus melalui prinsip <i>urip iku urup</i> .
Keterbatasan dan Kebutuhan Media Promosi Multibahasa	Hasil wawancara menunjukkan bahwa promosi Goa Kreo dan Festival Sesaji Rewanda masih terbatas pada media sosial berbahasa Indonesia, sedangkan media informasi dalam bahasa asing, baik cetak maupun digital, belum tersedia. Kondisi tersebut menyebabkan wisatawan mancanegara mengalami keterbatasan dalam memperoleh informasi mengenai destinasi dan festival. Seiring mulai adanya kunjungan wisatawan mancanegara, narasumber menilai bahwa diperlukan media promosi multibahasa serta mendukung pengembangan <i>E-Guidebook</i> trilingual sebagai sarana promosi dan penyampaian informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola bagi wisatawan mancanegara.

Berdasarkan Tabel 4.3, tema aspek historis digunakan sebagai dasar penyusunan konten historis Goa Kreo dan Tradisi Sesaji Rewanda. Tema nilai filosofis digunakan untuk menjelaskan nilai dan makna yang terkandung dalam tradisi, sedangkan tema keterbatasan dan kebutuhan media promosi multibahasa menjadi dasar pengembangan *E-Guidebook* trilingual dalam bahasa Indonesia, bahasa Jepang, dan bahasa Inggris sebagai media promosi dan informasi bagi wisatawan mancanegara. Dengan demikian, ketiga tema tersebut menjadi acuan pada tahap *design E-Guidebook*.

4.1.2 Design

Tahap design dilakukan dengan menyusun rancangan awal E-Guidebook berdasarkan hasil analisis kebutuhan. Pada tahap ini, peneliti menentukan konsep, struktur isi, materi, bahasa, tampilan visual, dan format publikasi produk sebagai media promosi Festival Sesaji Rewanda di Goa Kreo Semarang.

4.1.2.1 Penyusunan Konsep *E-Guidebook* Trilingual

Pada proses ini, peneliti menyusun konsep dasar *E-Guidebook* yang akan dikembangkan. Konsep tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian dan kebutuhan calon wisatawan Jepang berdasarkan hasil analisis kebutuhan yang telah dilakukan. Adapun konsep yang ditetapkan meliputi :

1. Tujuan dan fungsi pengembangan *E-Guidebook* sebagai media promosi sekaligus informasi wisata budaya.
2. Sasaran pengguna yaitu wisatawan lokal dan mancanegara, khususnya Jepang yang belum mengenal Goa Kreo maupun Tradisi Sesaji Rewanda.
3. Pemilihan format digital agar mudah disebarkan dan diakses melalui perangkat elektronik.
4. Penentuan judul yang sesuai dengan isi dan tujuan pengembangan produk.

Tabel 4. 4 Judul dan alasan penggunaan

Judul	Bahasa	Alasan
Sesaji Rewanda	Indonesia	Menunjukkan fokus utama isi <i>E-Guidebook</i> .
「ゴア・クレオでスサ ジ・レワンダの伝統に ふれてみよう」	Jepang	Menggunakan bentuk ajakan ～ て み よ う karena memberikan kesan ramah dan

		persuasif dengan demikian dapat menarik minat berkunjung calon wisatawan Jepang.
<i>Getting to Know and Experiencing the Sesaji Rewanda Tradition at Goa Kreo</i>	Inggris	Menggambarkan tujuan pengembangan <i>E-Guidebook</i> untuk mengenalkan dan mengajak pembaca merasakan pengalaman budaya Tradisi Sesaji Rewanda.

Berdasarkan konsep tersebut, *E-Guidebook* dirancang sebagai media promosi yang menyajikan informasi wisata dan budaya secara praktis, informatif, mudah dipahami, serta mudah diakses bagi calon wisatawan lokal dan mancanegara, khususnya wisatawan Jepang.

4.1.2.2 Penyusunan Isi *E-Guidebook*

Setelah konsep produk ditentukan, peneliti menyusun isi *E-Guidebook* secara menyeluruh, yang mencakup perancangan struktur konten sekaligus pemilihan materi yang akan dimuat di dalamnya. Kedua aspek ini disusun secara bersamaan agar antara kerangka penyajian dan substansi informasi dapat terpadu secara sistematis.

Struktur isi *E-Guidebook* dirancang agar informasi dapat disajikan secara bertahap dan mudah dipahami oleh pembaca, mulai dari informasi umum hingga pemahaman mendalam terhadap nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Adapun struktur isi yang dirancang meliputi komponen-komponen berikut.

1. Sampul (*Cover*)
2. Kata Pengantar
3. Daftar Isi
4. Peta Wisata Goa Kreo
5. Informasi Umum Wisata Goa Kreo
6. Sejarah Goa Kreo
7. Sejarah Tradisi Sesaji Rewanda
8. Rangkaian Acara Tradisi Sesaji Rewanda
9. Nilai Filosofis atau Makna Tradisi Sesaji Rewanda
10. Panduan Berkunjung Wisatawan (*do* dan *don'ts*)
11. Informasi Kontak

Materi yang dimuat dalam setiap komponen struktur di atas disusun berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan studi literatur yang telah dilakukan pada tahap analisis. Materi mencakup sejarah Goa Kreo, sejarah Tradisi Sesaji Rewanda, nilai filosofis tradisi, informasi wisata umum, serta informasi pendukung lainnya yang relevan dengan kebutuhan calon wisatawan. Pada struktur peta wisata Goa Kreo, peneliti merancang kerangka awal denah lokasi dari wisata tersebut yang kemudian dikembangkan oleh bantuan ahli ilustrator. Seluruh materi kemudian ditulis dalam bentuk narasi menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa sumber, sebelum diterjemahkan dan disesuaikan ke dalam bahasa lainnya pada tahap berikutnya.

4.1.2.3 Penerjemahan dan Penyajian Trilingual

Setelah materi disusun dalam bahasa Indonesia, tahap selanjutnya adalah menerjemahkan seluruh konten ke dalam bahasa Inggris dan bahasa Jepang. Proses penerjemahan dilakukan dengan memperhatikan kesesuaian makna, keterbacaan, serta kemudahan pemahaman bagi calon wisatawan mancanegara.

Salah satu tantangan yang dihadapi dalam proses ini adalah adanya istilah budaya lokal, seperti “Magreho”. Untuk mengatasi hal tersebut, peneliti melakukan

adaptasi dengan mempertahankan istilah asli kemudian menambahkan penjelasan singkat. Sebagai contoh istilah “Mangreho” diterjemahkan sebagai “*to protect*” dalam bahasa Inggris dan “守る (*Mamoru*)” pada bahasa Jepang. Penyesuaian ini dilakukan agar makna budaya yang terkandung tetap tersampaikan secara utuh tanpa mengorbankan makna sesungguhnya.

Penempatan urutan bahasa diawali bahasa Indonesia sebagai bahasa sumber sejarah dan tradisi, kemudian disusul bahasa Jepang sebagai bahasa target utama pengembangan produk, dan terakhir bahasa Inggris sebagai bahasa universal. Penyajian tiga bahasa dalam *E-Guidebook* dirancang secara sistematis agar pembaca dapat memahami informasi yang disampaikan dengan mudah, tanpa kebingungan akibat pergantian bahasa yang tidak terstruktur.

4.1.2.4 Perancangan Visual Produk

Pada tahap ini dilakukan perancangan tampilan visual *E-Guidebook* untuk meningkatkan daya tarik, kenyamanan, dan keterbacaan produk menggunakan aplikasi *Canva* sebagai media desain. Desain visual disesuaikan dengan karakteristik Goa Kreo sebagai destinasi wisata yang memadukan unsur alam dan budaya. Perancangan visual meliputi pemilihan warna (*color palette*) dan tipografi (*font*), penyusunan tata letak (*layout*), penggunaan foto dan ilustrasi pendukung, serta penggunaan ikon dan elemen grafis. Seluruh aspek visual tersebut dirancang dengan mempertimbangkan nilai estetika, kemudahan membaca, dan kemudahan akses informasi bagi pengguna.



Gambar 4.5 *Color palette* yang akan digunakan

PAGKAKI

Shippori Mincho

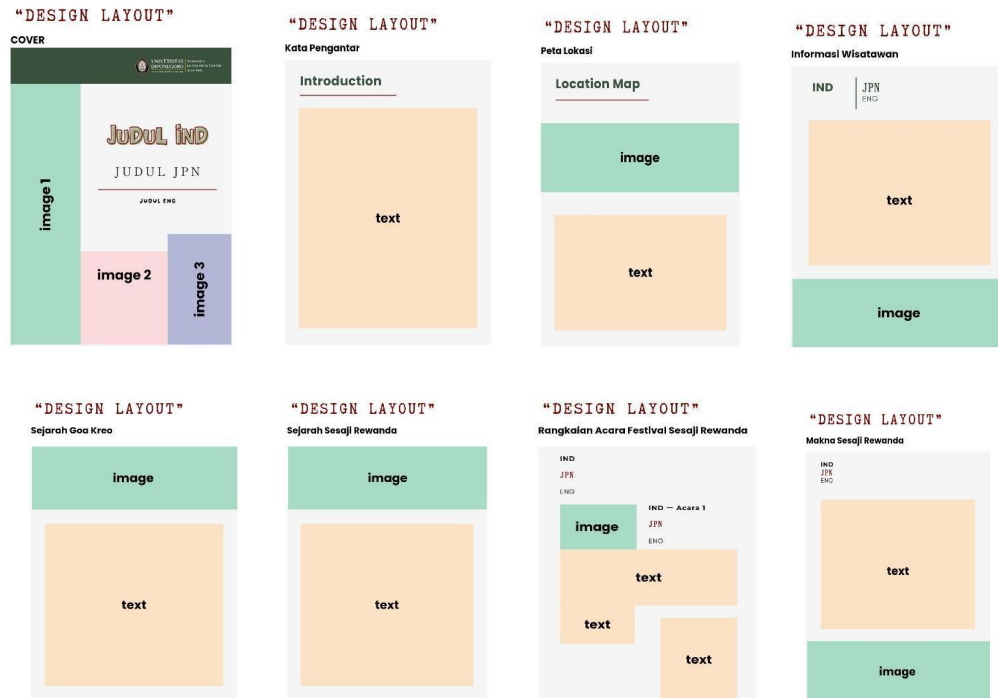
Darumadrop One

Poppins

BIZ UDMincho

Glacial Indifference

Gambar 4.6 Pemilihan tipografi yang akan digunakan



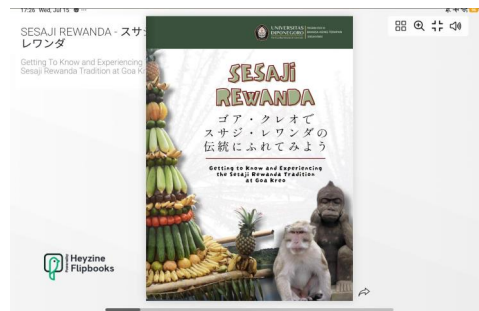
Gambar 4.7 Penyusunan *layout* produk

Berdasarkan gambar 4.7, *layout* dirancang untuk beberapa bagian utama, seperti halaman kata pengantar, daftar isi, peta wisata, sejarah Goa Kreo, sejarah Tradisi *Sesaji Rewanda*, rangkaian acara *Sesaji Rewanda*, informasi wisatawan, dan

halaman *do and don't* bagi wisatawan. Rancangan ini digunakan sebagai pedoman dalam proses pengembangan produk pada tahap berikutnya.

4.1.2.5 Perancangan Format Publikasi Produk

Tahap terakhir dalam perancangan produk adalah menentukan format publikasi *E-Guidebook* agar dapat diakses dengan mudah oleh pengguna. Produk dirancang dalam format digital dengan demikian dapat dijangkau dan digunakan melalui berbagai perangkat elektronik. Perancangan format publikasi meliputi dua hal, yaitu konversi produk ke dalam format digital *flipbook* agar tampil lebih interaktif dan menarik, serta penyediaan akses melalui tautan digital (*QR Code*) sehingga wisatawan dapat membuka *E-Guidebook* kapan dan di mana saja. Dengan format tersebut, *E-Guidebook* diharapkan dapat diakses dengan mudah oleh wisatawan tanpa batasan waktu dan tempat.



Gambar 4.8 Format publikasi

4.1.3 Develop (Pengembangan)

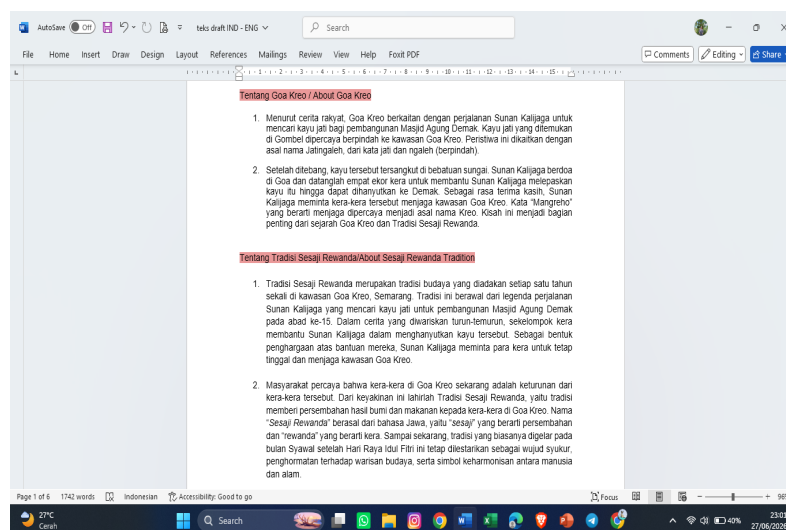
Tahap *develop* dilakukan sebagai tahapan pengembangan produk dengan mengacu pada hasil perancangan yang telah dibuat pada tahap design. Melalui tahap ini, rancangan *E-Guidebook* trilingual kemudian diimplementasikan dalam bentuk produk digital yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyusunan teks, penerjemahan ke dalam bahasa Inggris dan

bahasa Jepang, pengembangan desain utuh, validasi produk oleh para ahli, serta revisi produk berdasarkan masukan dari para ahli sebelum diimplementasikan.

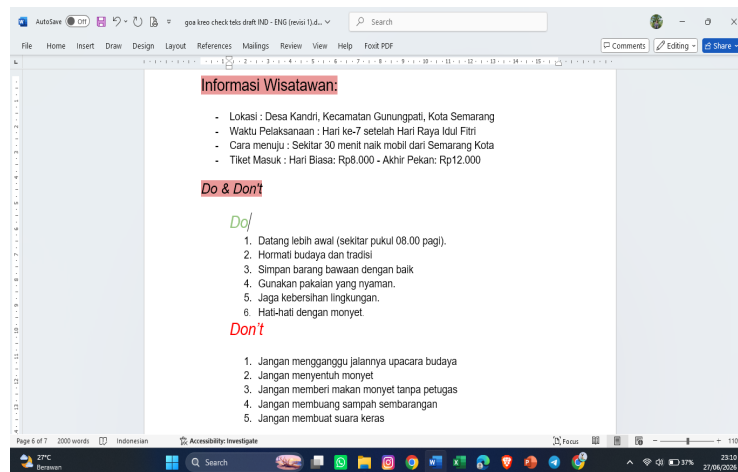
4.1.3.1 Penyusunan Konten *E-Guidebook*

Pada tahap ini, peneliti mulai menyusun konten *E-Guidebook* dalam bahasa Indonesia sebagai bahasa sumber yang akan digunakan pada proses pengembangan produk. Penyusunan konten dilakukan berdasarkan data pada tahap analisis.

Proses penyusunan diawali dengan mengolah dan menelaah hasil transkrip wawancara untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan tujuan pengembangan produk. Informasi tersebut kemudian disusun menjadi naskah konten yang sistematis, informatif, dan mudah dipahami oleh wisatawan. Naskah konten awal memuat berbagai informasi penting, antara lain sejarah Goa Kreo, asal-usul Sesaji Rewanda, nilai filosofis dibalik tradisi tersebut, dan informasi umum Goa Kreo seperti lokasi dan harga tiket masuk, serta bagian panduan selama berkunjung yang perlu diperhatikan wisatawan guna mendukung kenyamanan dan kelestarian lingkungan kawasan wisata.



Gambar 4.9 Draft konten dalam bahasa Indonesia 1



Gambar 4.10 Draft konten dalam bahasa Indonesia 2

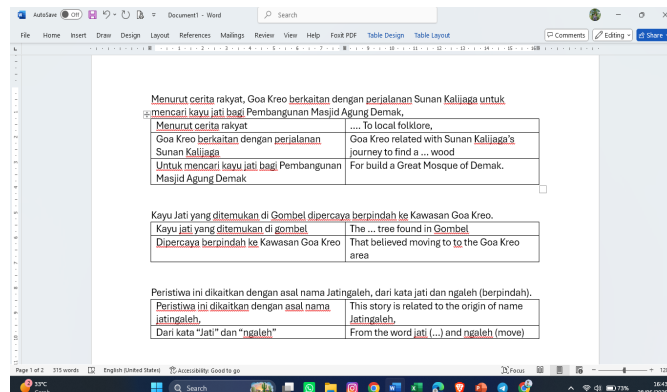
Penyusunan konten dilakukan dengan memperhatikan keakuratan informasi dan keterbacaan teks sehingga dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi calon wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Draft awal konten yang telah selesai disusun dalam bahasa Indonesia selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam proses penerjemahan ke dalam bahasa Inggris dan bahasa Jepang pada tahap berikutnya.

4.1.3.2 Penerjemahan Konten Trilingual

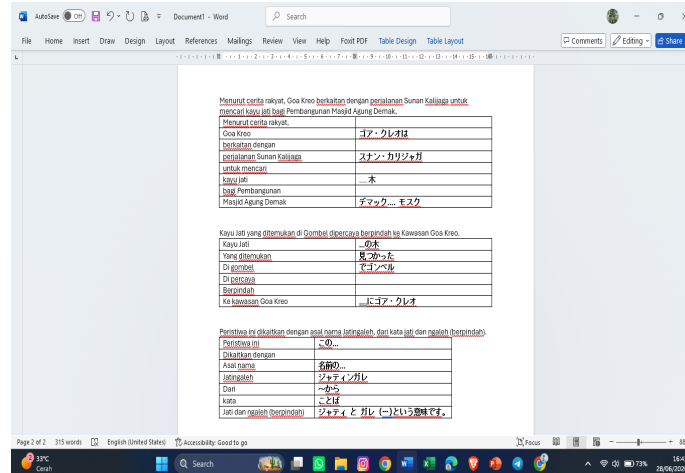
Setelah naskah awal dalam bahasa Indonesia selesai disusun, tahap berikutnya adalah menerjemahkan seluruh konten *E-Guidebook* ke dalam bahasa Inggris dan bahasa Jepang. Penerjemahan dilakukan untuk menghasilkan *E-Guidebook* trilingual yang dapat digunakan oleh wisatawan mancanegara dengan latar belakang bahasa yang berbeda.

Bahasa Inggris dipilih karena merupakan bahasa internasional yang luas digunakan oleh wisatawan dari berbagai negara, termasuk mereka yang tidak menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa ibu. Dengan menyertakan bahasa Inggris, *E-Guidebook* diharapkan dapat menjangkau spektrum pembaca yang lebih luas secara global. Sementara itu, Bahasa Jepang dipilih berdasarkan hasil studi literatur yang menunjukkan bahwa wisatawan Jepang merupakan salah satu segmen

wisatawan mancanegara yang potensial bagi sektor pariwisata Indonesia, sekaligus didukung oleh latar belakang peneliti sebagai mahasiswa Program Studi Bahasa Asing Terapan konsentrasi Bahasa Jepang.



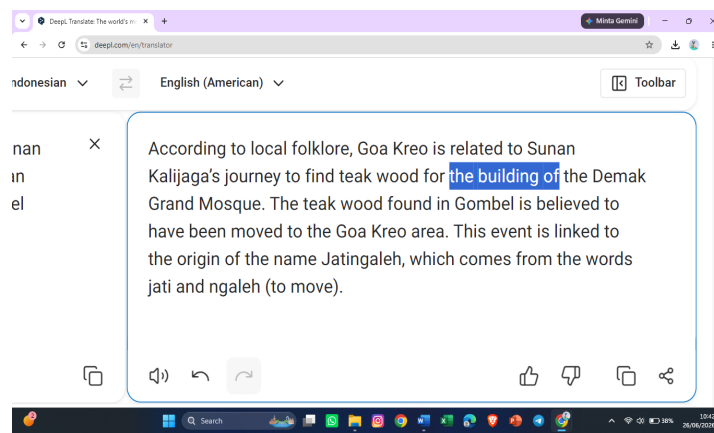
Gambar 4.11 Penulisan naskah awal kedalam bahasa Inggris



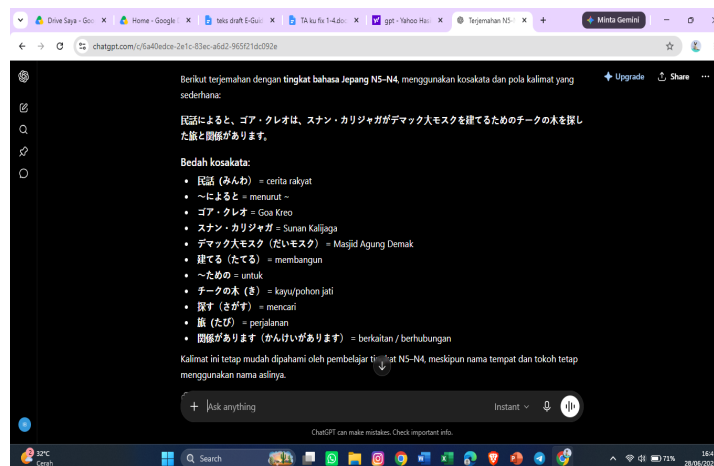
Gambar 4.12 Penulisan naskah awal kedalam bahasa Jepang

Proses penerjemahan dilakukan dengan tetap mempertahankan kesesuaian makna antara naskah awal dan hasil terjemahan. Saat proses penerjemahan, peneliti dibantu oleh beberapa website penerjemah online, seperti *DeepL* untuk bahasa Inggris dan *Chatgpt* untuk bahasa Jepang. Di sisi lain, peneliti menggunakan kompetensi peneliti sebagai mahasiswa Program Studi Bahasa Asing konsentrasi

bahasa Jepang. Pada versi Bahasa Jepang, peneliti menggunakan kosakata dan pola kalimat tingkat N5–N4 serta penyertaan *romaji* (menulis bahasa Jepang dengan huruf latin). Pemilihan tingkat bahasa tersebut disesuaikan dengan kompetensi kebahasaan peneliti dengan demikian proses penyusunan dan pemeriksaan hasil terjemahan dapat dilakukan dengan lebih optimal.



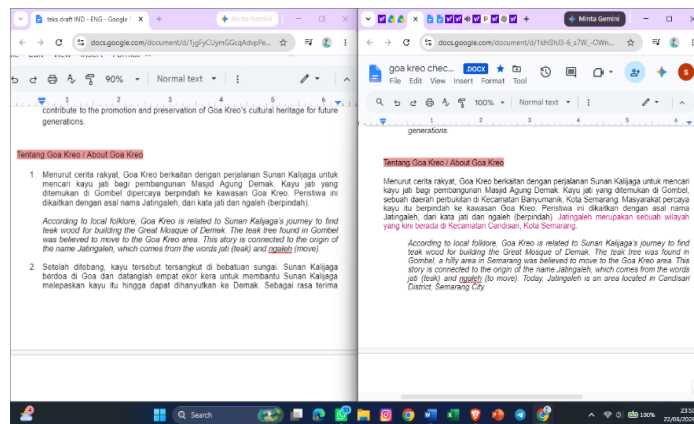
Gambar 4.13 Penyesuaian penerjemahan bahasa Inggris



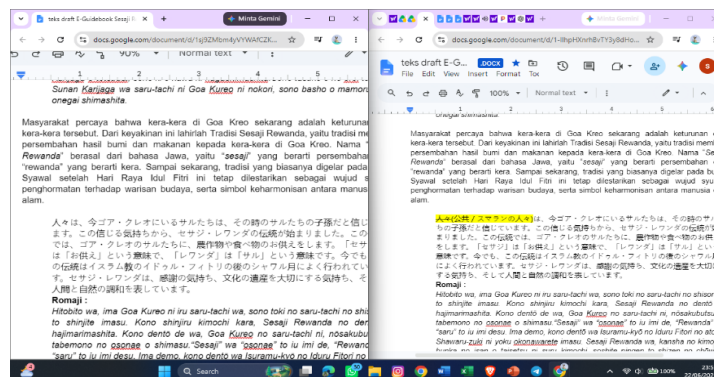
Gambar 4.14 Penyesuaian penerjemahan bahasa Jepang

Selama proses penerjemahan, peneliti mengalami beberapa penyesuaian dan revisi terhadap hasil terjemahan serta materi yang telah dibuat. Hasil penerjemahan bahasa Inggris yang dilakukan oleh peneliti kemudian dikoreksi oleh

Ibu Girindra selaku dosen pembimbing sekaligus ahli bahasa Inggris dan Bapak Tri Imam Setyawan (Pak Imam) selaku ahli bahasa Jepang yang berkompeten pada bidang Bahasa dan Budaya Jepang. Koreksi dan masukkan oleh keduanya sebagai bahan revisi peneliti sebelum diimplementasikan kepada pengguna. Revisi dilakukan untuk memastikan kesesuaian makna antara bahasa sumber dan bahasa sasaran, serta meningkatkan keterbacaan dan kejelasan informasi yang ingin disampaikan pada *E-Guidebook*.



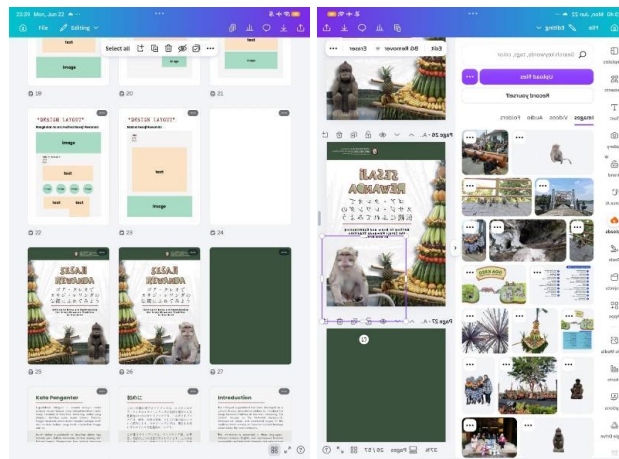
Gambar 4.15 Revisi konten dan penerjemahan bahasa Inggris



Gambar 4.16 Revisi konten dan penerjemahan bahasa Jepang

4.1.3.3 Pengembangan Desain Menjadi Produk

Setelah proses penyusunan dan penerjemahan konten selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah mengembangkan desain *E-Guidebook* menjadi produk utuh dan siap pakai. Proses pengembangan desain dilakukan menggunakan aplikasi *Canva*. Hal itu dilakukan karena *Canva* menyediakan berbagai fitur yang mendukung pembuatan media digital, seperti pengaturan *layout*, tipografi, serta pengelolaan elemen visual yang diperlukan dalam pengembangan *E-Guidebook*.



Gambar 4.17 Proses pengembangan produk

Dalam tahap perancangan, peneliti memilih kombinasi warna bertema *earth tone* yang didominasi warna-warna alam, seperti hijau, krem, dan putih. Pemilihan warna tersebut disesuaikan dengan karakteristik Goa Kreo sebagai destinasi wisata alam dan budaya yang berada di lingkungan yang didominasi oleh unsur pepohonan serta kawasan perbukitan. Tidak hanya itu, peneliti juga menambahkan sentuhan warna merah pada beberapa elemen sebagai representasi identitas budaya Jepang., dengan intensitas yang tidak terlalu mencolok agar tetap selaras dengan tema utama *E-Guidebook*.

Seluruh konten yang telah disusun pada proses sebelumnya kemudian diintegrasikan ke dalam *layout* yang telah dirancang pada tahap *design*. Peneliti

melakukan penyesuaian terhadap penempatan teks, gambar, ilustrasi, dan elemen visual lainnya agar informasi dapat tersampaikan dengan jelas dan menarik.



Gambar 4.18 Perbandingan *layout* rancangan dan hasil akhir produk

Berdasarkan Gambar 4.18, terdapat beberapa penyesuaian antara *layout* yang dirancang pada tahap perancangan dengan tampilan akhir produk. Penyesuaian dilakukan dengan menyesuaikan *feedback* dari dosen pembimbing pada penempatan elemen visual, ukuran gambar, komposisi warna, dan tata letak teks untuk meningkatkan estetika serta keterbacaan *E-Guidebook* tanpa mengubah konsep desain yang telah direncanakan sebelumnya.

Tabel 4.5 Penempatan tipografi pada *E-Guidebook*

Bagian	Bahasa	Font	Ukuran
Cover	Indonesia	Pangkaki	75 pt
Cover	Jepang	Shippori Mincho	33.9 pt
Cover	Inggris	Darumadrop One	18.4 pt
Judul Konten	Indonesia	Poppins	28.3 pt
Judul Konten	Jepang	BIZ UDMincho	28.3 pt
Judul Konten	Inggris	Glacial Indifference	19.4 pt
Narasi	Seluruh Bahasa	Glacial Indifference	14 pt

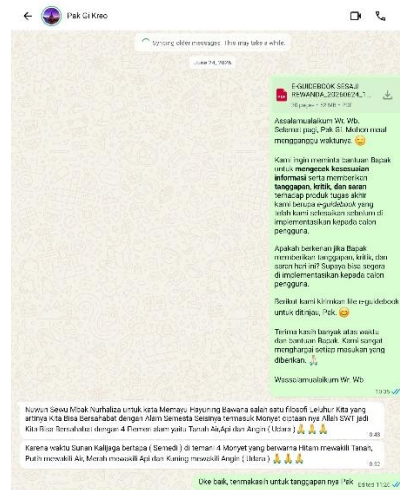
4.1.3.4 Validasi Ahli

Validasi ahli dilakukan untuk menilai kelayakan produk *E-Guidebook* trilingual ini sebelum diimplementasikan kepada pengguna. Proses validasi ini melibatkan dua komponen penilaian, yaitu komponen bahasa dan komponen media. Selain itu, masukan dari ahli materi juga diperoleh sebagai bagian dari proses penyempurnaan produk.

A. Validasi Ahli Materi

Sebelum pelaksanaan validasi oleh ahli bahasa dan ahli media, peneliti terlebih dahulu melakukan peninjauan awal terhadap isi *E-Guidebook* dengan melibatkan ahli materi, yaitu Pak Gi selaku narasumber dalam penelitian ini. Pada tahap tersebut, proses peninjauan tidak menggunakan instrumen berupa lembar kuesioner, melainkan dilakukan melalui pemberian kritik dan saran secara langsung melalui *personal chat WhatsApp*. Masukan yang diberikan berfokus pada penyempurnaan substansi materi, khususnya penambahan pembahasan mengenai nilai filosofis Sesaji Rewanda yang dikaitkan dengan konsep kehidupan masyarakat

Jawa serta ajaran Islam, yaitu *Memayu Hayuning Bawana*. Masukan tersebut kemudian dijadikan sebagai dasar dalam melakukan revisi dan penyempurnaan isi *E-Guidebook* sebelum memasuki tahap validasi oleh ahli bahasa dan ahli media.



Gambar 4.19 Masukan Ahli Materi

B. Validasi Ahli Bahasa

Validasi komponen bahasa dilakukan terhadap dua bahasa yang digunakan dalam *E-Guidebook*, yaitu Bahasa Jepang dan Bahasa Inggris. Penilaian dilakukan oleh dua validator yang berbeda sesuai dengan bidang keahlian masing-masing menggunakan lembar kuesioner validasi berskala 1–4 dengan kriteria: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, dan 4 = Sangat Setuju.

a. Ahli Bahasa Jepang

Validasi ahli Bahasa Jepang dilakukan oleh Bapak Tri Imam Setyawan, S.Hum., selaku Direktur LPK Martani dari PT. Sekar Martani Indonesia. Kuesioner validasi bahasa Jepang terdiri atas 8 pernyataan yang mencakup aspek kealamian terjemahan bagi penutur asli (*native speaker*) Jepang, ketepatan padanan kata istilah lokal, kesesuaian tingkat kesopanan bahasa Jepang (敬語(*keigo*)). Penggunaan huruf Jepang, struktur kalimat (*bunpou*) serta daya tarik penggunaan konten bahasa

Jepang pada *E-Guidebook* ini. Berikut adalah hasil penilaian yang diberikan oleh ahli Bahasa Jepang

KUESIONER VALIDASI PRODUK

Identitas Validator

Nama : Tri Inam Setyawan, S.Hum
 Institusi : PT. Sekar Martani Indonesia
 Bidang Keahlian / Jabatan : Direktur

Petunjuk Pengisian
 Silakan mla setiap pernyataan dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai.

Skor	Kriteria
4	Sangat Setuju
3	Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

A. Validasi Ahli Bahasa Jepang

No	Statement	Score			
		1	2	3	4
1	Hasil terjemahan ke dalam Bahasa Jepang sesuai dengan dan syman jika bahasa telah penerjemah				✓
2	Hasil terjemahan informasi rangkutan secara ke dalam Bahasa Inggris sesuai benar dan tidak keliru				✓
3	Padanan kata (equivalence) yang digunakan untuk menjelaskan istilah lokal (seperti: Sugi, Kawada, dll) dalam Bahasa Jepang sudah tepat				✓
4	Penggunaan tingkat kecapatan bahasa sudah sesuai dengan masyarakat Jepang untuk konteks promosi wisata budaya				✓
5	Penggunaan huruf Jepang (Kanji, Hiragana, Katakana) sudah tepat			✓	
6	Struktur kalimat (bentuk, pemilihan kosakata, dan tanda baca Jepang yang digunakan sudah benar dan akurat				✓

7	Penggunaan teks Bahasa Jepang pada layout E-Guidebook ini mudah dibaca dan diikuti artinya oleh calon wisatawan Jepang				✓
8	Konten budaya dalam E-Guidebook ini dikemas dengan menarik dan potensial menarik minat berkunjung bagi wisatawan Jepang				✓

B. Kritik dan Saran

Ada beberapa penggunaan huruf Hiragana yang bisa ditulis menggunakan huruf Kanji seperti (とろ (monyet))

Tanda Tangan Validator

(Signature)

Gambar 4.20 Hasil Validasi Ahli Bahasa Jepang

Berdasarkan gambar di atas, sebagian besar butir penilaian memperoleh skor 4 (Sangat Setuju). Di sisi lain, butir nomor tiga yang berkaitan dengan penggunaan padanan istilah lokal serta butir nomor lima mengenai ketepatan penggunaan aksara Jepang (hiragana, katakana, dan kanji) memperoleh skor 3 (Setuju). Pada kolom *feedback*, validator mencatat masih terdapat beberapa kosakata yang ditulis menggunakan huruf hiragana meskipun tersedia dalam penulisan huruf kanji. Salah satu contoh pada penulisan “さる(saru)” yang berarti monyet.

b. Ahli Bahasa Inggris

Validasi ahli bahasa Inggris dilakukan oleh Ibu Girindra selaku dosen pembimbing Tugas Akhir peneliti. Kuesioner validasi bahasa Inggris terdiri dari 9 butir pernyataan yang mencakup aspek keluwesan terjemahan, ketepatan padanan kata (*equivalence*), kesesuaian konteks budaya, pemilihan diksi, tata bahasa (*grammar*), penggunaan ejaan (*spelling*), serta keterbacaan teks.

Berdasarkan hasil validasi oleh ahli bahasa Inggris, hampir seluruh aspek penilaian memperoleh skor 4. Namun, pada butir keenam yang berkaitan dengan struktur kalimat dan ketepatan penggunaan tata bahasa (*grammar*), validator memberikan skor 3. Selain penilaian kuantitatif tersebut, validator juga menyampaikan masukan berupa perlunya dilakukan *proofreading* pada tahap akhir guna memastikan konsistensi penggunaan artikel dalam bahasa Inggris, seperti *the*, *a*, dan *an*. Adapun lembar hasil validasi yang telah diisi serta ditandatangani oleh ahli bahasa Inggris disajikan pada gambar berikut.

KUESIONER VALIDASI PRODUK

I. Identitas Validator

Nama : Girindra Putri Andana Reswari, S.Pd., M.Sc., Ph.D.
 Instansi : Universitas Diponegoro
 Bidang Keahlian / Jurusan : Bahasa Inggris Pendidikan TA.

Penyaji Pengisian

Silahkan beri setiap pernyataan dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai.

Skor	Kriteria
4	Sangat Sesuai
3	Sesuai
2	Tidak Sesuai
1	Sangat Tidak Sesuai

A. Validasi Ahli Bahasa Inggris

No	Statement	Skor			
		1	2	3	4
1	Hasil wawancara informasi sesuai di Reworks ke dalam Bahasa Inggris lower dan tidak kaku				V
2	Hasil wawancara informasi disajikan secara ke dalam Bahasa Inggris lower dan tidak kaku				V
3	Pada kata (<i>penyusutan</i>) yang digunakan untuk menjelaskan istilah tidak sesuai. <i>Shrink</i> , <i>Reduce</i> , dll sudah tepat				V
4	Konsep budaya dalam hasil wawancara tidak tepat dan memiliki hal yang tidak sesuai				V
5	Penelitian oleh ahli bahasa Inggris yang digunakan sudah sesuai untuk standar E-Guidebook online bahasa				V
6	Struktur kalimat dan penggunaan tata bahasa (<i>grammar</i>) Inggris di dalam E-Guidebook sudah benar			V	

7	Penggunaan ejaan (<i>spelling</i>) dan tanda baca pada teks Bahasa Inggris sudah akurat dan bebas dari kesalahan ketik (<i>typo</i>)				V
8	Foto yang ditampilkan (<i>Graha Rere, Puncak Festival Sesaji Rewanda, Masyumi</i>) sudah sesuai dengan materi yang diberikan				V
9	Pelacakan teks Bahasa Inggris yang berlandaskan dengan bahasa lain mudah dipahami oleh pembaca				V

B. Ketik dan Saran

Perlu dilakukan *proofreading* akhir untuk konsistensi penggunaan artikel (*the, a, an*).

Tanda Tangan Validator



Girindra Putri Andana Reswari, S.Pd., M.Sc., Ph.D

Gambar 4.21 Hasil Validasi Ahli Bahasa Inggris

C. Validasi Ahli Media

Penilaian terhadap aspek media dilakukan oleh Ibu Girindra, yang merupakan dosen pembimbing Tugas Akhir dari peneliti. Proses validasi menggunakan instrumen berupa kuesioner yang memuat 11 butir pernyataan. Instrumen tersebut menilai berbagai aspek, meliputi kualitas desain visual, pemilihan kombinasi warna, penyusunan tata letak (*layout*), kesesuaian tampilan media dengan kondisi aktual Festival *Sesaji Rewanda*, tingkat keterbacaan teks pada perangkat digital, kualitas visual foto, serta kemudahan penggunaan *E-Guidebook* dalam format digital melalui *smartphone*. Hasil penilaian dari ahli media disajikan sebagai berikut:

KUESIONER VALIDASI PRODUK

I

Identitas Validator

Nama : Girindra Putri Andana Reswari, S.Pd., M.Sc., Ph.D.

Institusi : Universitas Diponegoro

Bidang Keahlian / Jabatan : Bahasa Inggris/ Pendidikan TA

Petunjuk Pengisian

Silahkan nilai setiap pernyataan dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai.

Skor	Kriteria
4	Sangat Setuju
3	Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

A. Validasi Ahli Media

No	Statement	Score			
		1	2	3	4
1	Desain visual E-guidebook <i>efitnguide.id</i> menarik				V
2	Penulisan warna sesuai dengan konsep dan nyaman dilihat				V
3	Tata letak (<i>layout</i>) rapi dan sistematis			V	
4	Tampilan media memunculkan kembali ingatan Festival Seni Remaja di Gela Koro				V
5	Jenis dan ukuran huruf mudah dibaca pada layar digital				V
6	Penempatan materi tidak membingungkan			V	
7	Elemen visual yang diberikan sudah sesuai dengan materi yang disampaikan				V
8	Foto yang ditampilkan (Gela Koro, Pameran Festival Seni Remaja di Murey) sudah sesuai dengan materi yang disediakan				V

9	Seluruh gambar/foto terlihat jelas saat E-Guidebook dibuka				V
10	Ukuran file atau format digital yang digunakan praktis dan nyaman bagi pengguna <i>smartphone</i>				V
11	E-Guidebook ini praktis untuk digunakan sebagai panduan digital				V

B. Kritik dan Saran

Halaman yang menampilkan lebih dari 2 informasi (halaman 9 dan 16) sebaiknya dapat disesuaikan kembali karena membuat *layout* menjadi menumpuk dan membuat pembaca kesulitan saat membaca urutan informasi yang diberikan.

Tanda Tangan Validator


Girindra Putri Andana Reswari, S.Pd., M.Sc., Ph.D.

Gambar 4.22 Hasil Validasi Ahli Media

Berdasarkan gambar tersebut, mayoritas butir penilaian memperoleh skor 4 (Sangat Setuju). Di sisi lain, terdapat dua butir yang mendapatkan skor 3 (Setuju), yaitu pada aspek kerapian dan sistematika tata letak (*layout*) serta aspek penempatan materi agar tidak membingungkan pembaca. Validator memberikan masukan bahwa beberapa halaman, terutama halaman 9 dan 16 mengenai informasi rangkaian acara memuat lebih dari dua informasi dalam satu halaman oleh karena itu tampilan terlihat terlalu padat. Dengan demikian, peneliti kedua melakukan penyesuaian terhadap tata letak agar penyajian informasi menjadi lebih terstruktur, nyaman dibaca, dan mudah dipahami.

D. Analisis Persentase Kelayakan Produk

Untuk menentukan tingkat kelayakan *E-Guidebook* peneliti menggunakan rumus persentase kelayakan yang diadaptasi dari Himmah & Sulaikho (2022) sebagai berikut:

$$P = (\sum S \div S) \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase kelayakan

$\sum S$ = Jumlah skor yang diperoleh

$\sum Si$ = Jumlah skor ideal (skor maksimal) dalam suatu item

Hasil persentase yang diperoleh kemudian diinterpretasikan pada Tabel 4.6 menggunakan kriteria kelayakan produk Himmah & Sulaikho (2022).

Tabel 4.6 Kriteria kelayakan produk

Persentase	Kriteria Kelayakan
81% - 100%	Sangat Layak
61% - 80%	Layak
41% - 60%	Cukup Layak
0% - 40%	Kurang Layak

Berdasarkan rumus tersebut, hasil perhitungan persentase kelayakan dari masing-masing validator adalah sebagai berikut:

a. Ahli Bahasa Jepang

Berdasarkan hasil validasi ahli bahasa Jepang, diperoleh jumlah skor total sebesar 30 dari skor maksimal 32. Perhitungan persentase kelayakan adalah sebagai berikut:

$$P = (30 / 32) \times 100\% = 93,75\%$$

Dengan demikian, hasil validasi ahli bahasa Jepang memperoleh persentase sebesar 93,75% yang termasuk dalam kategori "Sangat Layak". Validator memberikan catatan bahwa terdapat penggunaan huruf Hiragana yang dapat ditulis menggunakan huruf Kanji.

b. Ahli Bahasa Inggris

Hasil validasi bahasa Inggris, diperoleh jumlah total sebesar 35 dari skor maksimal 36. Perhitungan persentase kelayakan adalah sebagai berikut:

$$P = (35 / 36) \times 100\% = 97,22\%$$

Dengan demikian, hasil validasi ahli bahasa Inggris memperoleh persentase sebesar 97,22% yang termasuk dalam kategori "Sangat Layak". Validator juga memberikan catatan agar dilakukan *proofreading* untuk konsistensi penggunaan artikel (*the, a, an*).

c. Ahli Media

Berdasarkan hasil ahli media, diperoleh jumlah skor total sebesar 42 dari skor maksimal 44. Perhitungan persentase kelayakan adalah sebagai berikut:

$$P = (42 / 44) \times 100\% = 95,45\%$$

Dengan demikian, hasil validasi ahli media memperoleh persentase sebesar 95,45% yang termasuk dalam kategori "Sangat Layak". Validator memberikan catatan agar halaman yang menampilkan lebih dari dua informasi (halaman 9 dan 16) disesuaikan kembali agar *layout* tidak menumpuk. Hasil validasi dari ketiga validator disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.7 Hasil persentase validasi ahli

No	Aspek	Skor Total	Skor Maks	Persentase	Kriteria
1	Ahli Bahasa Jepang	30	32	93,75%	Sangat Layak
2	Ahli Bahasa Inggris	35	36	97,22%	Sangat Layak

3	Ahli Media	42	44	95,45%	Sangat Layak
---	------------	----	----	--------	--------------

Berdasarkan interpretasi kriteria kelayakan produk pada Tabel 4.5, nilai rata-rata tiap aspek berada pada rentang 81%–100% sehingga termasuk dalam kategori "Sangat Layak". Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa *E-Guidebook* trilingual dinyatakan sangat layak sebagai media promosi digital Festival Sesaji Rewanda di Goa Kreo bagi wisatawan, khususnya wisatawan Jepang. Penilaian tersebut didasarkan pada aspek kebahasaan (Bahasa Inggris dan Bahasa Jepang) serta aspek media yang memperoleh kategori sangat layak. Meskipun demikian, beberapa masukan dari para validator tetap dijadikan acuan untuk melakukan penyempurnaan produk sebelum diimplementasikan.

4.1.3.5 Revisi Produk

Setelah proses validasi oleh ahli materi, ahli bahasa, dan ahli media selesai dilaksanakan, peneliti melakukan penyempurnaan terhadap *E-Guidebook* trilingual ini sesuai dengan saran yang diberikan oleh masing-masing validator. Revisi dilakukan secara bertahap mengikuti tahapan validasi, dimulai dari validasi ahli materi, kemudian dilanjutkan dengan validasi ahli bahasa dan ahli media. Uraian hasil revisi disajikan sebagai berikut.

A. Revisi Berdasarkan Masukan Ahli Materi

Ahli materi sekaligus narasumber (Pak Gi) menyarankan agar produk memuat penjelasan yang lebih kompleks mengenai makna filosofis Festival Sesaji Rewanda, terutama pada konsep *Memayu Hayuning Bawana* sebagai nilai spiritual yang melandasi penyelenggaraan tradisi tersebut. Menindaklanjuti saran tersebut, peneliti menambahkan satu halaman khusus yang menjelaskan konsep tersebut dalam tiga bahasa, yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, dan Bahasa Jepang.

Penambahan informasi ini bertujuan agar wisatawan memperoleh pemahaman yang lebih utuh terhadap nilai budaya yang terkandung dalam festival Sesaji Rewanda.

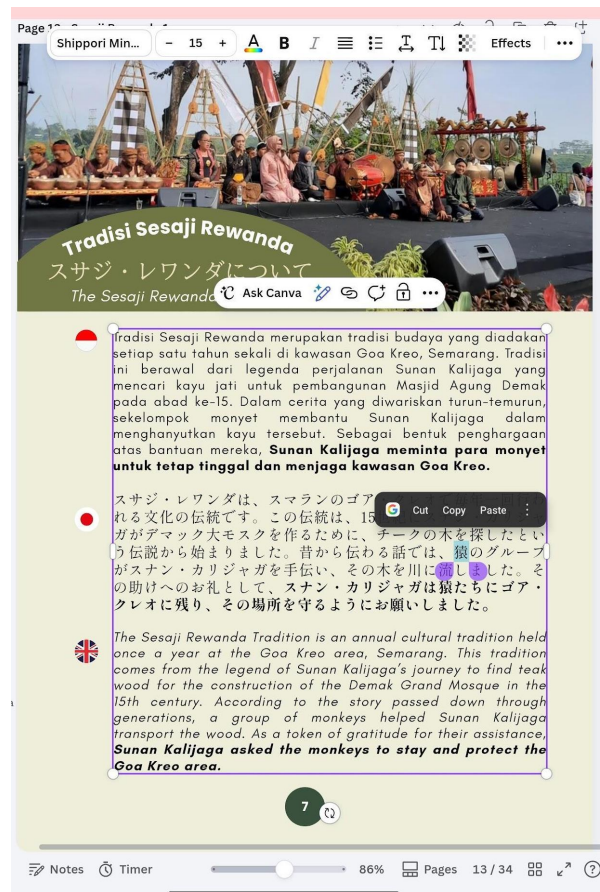


Gambar 4.23 Revisi Ahli Materi

B. Revisi berdasarkan Masukan Ahli Bahasa

a. Ahli Bahasa Jepang

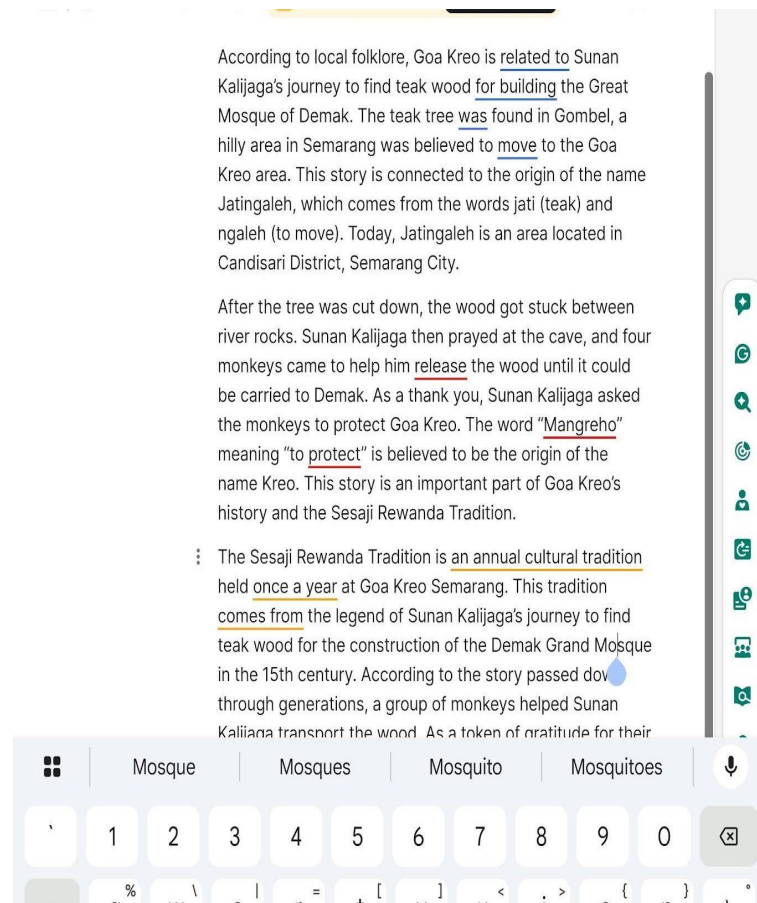
Ahli bahasa Jepang memberikan *feedback* terkait penulisan pada kata “saru” dalam huruf hiragana yang sebaiknya ditulis dalam huruf kanji. Berdasarkan *feedback* tersebut, peneliti meninjau kembali seluruh naskah berbahasa Jepang dan melakukan penyesuaian penulisan dari hiragana ke kanji pada kosakata yang diperlukan.



Gambar 4.24 Revisi Ahli Bahasa Jepang

b. Ahli Bahasa Inggris

Validator ahli Bahasa Inggris merekomendasikan dilakukannya *proofreading* akhir untuk memastikan konsistensi penggunaan artikel *the*, *a*, *an* pada seluruh naskah berbahasa Inggris. Sebagai tindak lanjut, peneliti melakukan pemeriksaan menyeluruh serta memperbaiki penggunaan artikel yang belum sesuai dengan demikian keseluruhan teks memenuhi kaidah tata bahasa Inggris yang baku.



Gambar 4.25 Revisi Ahli Bahasa Inggris

Seluruh masukan dari para validator telah diakomodasi melalui proses revisi sehingga menghasilkan *E-Guidebook* trilingual versi final yang telah memenuhi aspek materi, kebahasaan, dan media. Produk yang telah disempurnakan tersebut selanjutnya siap diimplementasikan atau diuji coba kepada pengguna.

4.1.4 Implement

Tahap implementasi merupakan tahap penerapan produk yang telah dikembangkan dan direvisi berdasarkan hasil validasi oleh ahli materi, ahli bahasa, dan ahli media. Pada tahap ini, *E-Guidebook* Trilingual dengan judul “Sesaji Rewanda: ゴア・クレオでスサジ・レワンダの伝統にふれてみよう *Getting*

To Know and Experiencing The Sesaji Rewanda Tradition at Goa Kreo” diujicobakan kepada orang Jepang dengan menyebarkan kuesioner evaluasi untuk memperoleh penilaian terhadap tingkat keterbacaan, kejelasan materi, kualitas desain, serta efektivitas produk yang telah dirancang bagi calon wisatawan mancanegara khususnya Jepang. Kuesioner tersebut diukur menggunakan skala Likert 1-4 serta kolom masukan atau *feedback* terbuka yang dapat diisi secara oleh responden.

Hasil kuesioner tersebut dianalisis untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai tingkat penerimaan pengguna terhadap produk yang dikembangkan, sekaligus untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang masih memerlukan perbaikan sebelum *E-Guidebook* difinalisasi.

4.1.4.1 Pelaksanaan Implementasi

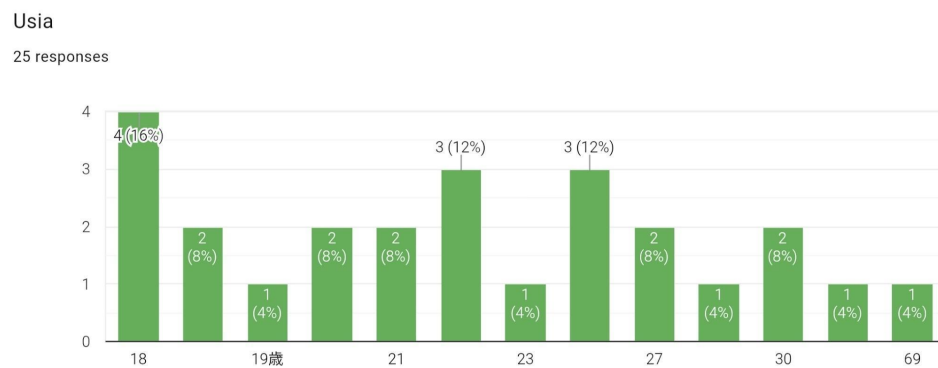
Pelaksanaan implementasi berlangsung pada tanggal 27 Juni hingga 2 Juli 2026 secara daring. *E-Guidebook* disajikan melalui platform *FlipHTML5* oleh sebab itu responden dapat mengakses dan membaca isi *E-Guidebook* dalam format digital berbentuk *flipbook*. Setelah mempelajari seluruh isi *E-Guidebook*, responden diminta mengisi kuesioner yang disebarkan melalui *Google Form*. Penggunaan kedua media tersebut dipilih untuk mempermudah responden dalam menjangkau produk dan memberikan *feedback* tanpa dibatasi oleh lokasi geografis.

Responden pada tahap ini merupakan orang Jepang asli (*native speaker*) sesuai dengan sasaran utama pengembangan produk *E-Guidebook*, yaitu calon wisatawan Jepang. Pemilihan responden tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai tingkat keterbacaan, kemudahan pemahaman, serta daya tarik *E-Guidebook* dari sudut pandang calon pengguna.

Berdasarkan hasil implementasi, penelitian ini melibatkan 25 responden yang merupakan penutur asli bahasa Jepang (*native speaker*) dan satu orang Warga Negara Perancis sebagai perwakilan responden bahasa Inggris. Karakteristik 25 responden disajikan pada Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8 Karakteristik responden Jepang

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (orang)
Jenis Kelamin	Laki-laki	8
	Perempuan	17
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	11
	Pekerja	14
Pengalaman mengunjungi Goa Kreo dan Festival Sesaji Rewanda	Pernah	1
	Belum Pernah	24



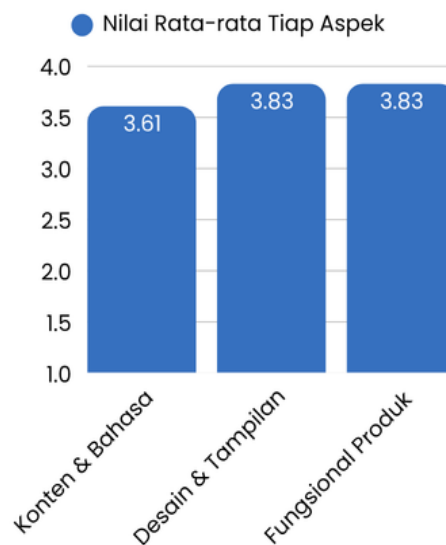
Gambar 4.26 Rentang usia responden Jepang

Merujuk pada Tabel 4.8, mayoritas responden adalah perempuan dengan jumlah 17 orang, sedangkan laki-laki berjumlah 8 orang. Dari segi pekerjaan, terdiri dari 14 orang yang bekerja dan 11 orang masih berstatus pelajar atau mahasiswa. Usia seluruh responden diantara 18 hingga 69 tahun, sehingga penilaian ini berasal dari berbagai kelompok usia. Selain itu, sebagian besar responden mengindikasikan bahwa mereka belum pernah mengunjungi Goa Kreo maupun Festival *Sesaji*

Rewanda, sementara hanya persen yang pernah berkunjung. Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah orang Jepang yang belum memiliki pengalaman langsung dengan objek wisata, dengan demikian sejalan dengan tujuan pengembangan *E-Guidebook* sebagai media untuk mempromosikan pariwisata budaya di Semarang.

4.1.4.2 Hasil Analisis Kuesioner

Analisis hasil rata-rata kuesioner kemudian diinterpretasikan ke dalam empat kategori mengikuti kriteria interval skala Likert 1–4 yang diadaptasi dari Sugiyono (2012), yaitu: skor 1,00–1,80 dikategorikan kurang baik, skor >1,80–2,60 dikategorikan cukup baik, skor >2,60–3,40 dikategorikan baik, dan skor >3,40–4,00 dikategorikan sangat baik.



Gambar 4.27 Hasil Rata-rata Tiap Aspek

Data diperoleh dari perhitungan rata-rata menggunakan skala Likert yang dikelompokkan ke dalam tiga aspek penilaian, yaitu: 1) Aspek konten dan bahasa, 2) Aspek desain dan tampilan, serta 3) Fungsional *E-Guidebook* sebagai media promosi wisata.

Dari gambar 4.27, aspek konten & bahasa memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,61 maka dari itu dikategorikan sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan dalam *E-Guidebook* telah sesuai dengan kebutuhan pengguna, materi disampaikan secara jelas, akurat, dan mudah dipahami, serta penggunaan bahasa dalam *E-Guidebook* sudah baik, komunikatif, dan sesuai dengan kaidah kebahasaan sehingga dapat dipahami dengan baik oleh pengguna.

Aspek desain & tampilan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,83, yang juga berada pada kategori sangat baik. Hasil mengindikasikan bahwa tampilan *E-Guidebook* memiliki desain yang menarik, tata letak (*layout*) yang proporsional, pemilihan warna, huruf, serta elemen visual lainnya yang mendukung kenyamanan sekaligus meningkatkan daya tarik *E-Guidebook* sebagai media promosi wisata.

Aspek fungsional produk memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,83, sama dengan aspek desain & tampilan, maka dari itu termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang dikembangkan dinilai efektif dalam penggunaannya, mampu meningkatkan pemahaman pengguna, serta bermanfaat sesuai dengan tujuan pengembangan *E-Guidebook*.

Disisi lain, peneliti memperoleh masukan dari responden melalui kolom *feedback* terbuka. Data tersebut digunakan untuk melengkapi hasil skala Likert sekaligus memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai pengalaman responden selama menggunakan *E-Guidebook*. Seluruh tanggapan responden yang semula disampaikan dalam bahasa Jepang diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Tabel 4.9 Hasil *feedback* kuesioner responden Jepang

Kategori	Ringkasan Temuan
Apresiasi terhadap Kejelasan dan Kemudahan Memahami Isi	Sebagian besar responden menyatakan bahwa <i>E-Guidebook</i> mudah dibaca dan dipahami, kesan keseluruhan yang baik terhadap konten

	yang disajikan, seperti “簡単な言葉で使うので分かりやす方素晴らしい (karena menggunakan kosakata sederhana, sangat mudah dipahami dan sangat bagus)”, “完璧だと思う (Aku rasa ini (sudah) sempurna.)”
Apresiasi terhadap Desain, Foto dan Ilustrasi	Responden menilai desain sederhana namun tetap memberi kesan cerah dan menarik, penjelasan yang disertai foto dan ilustrasi membantu pemahaman materi sehingga isi Goa Kreo dan Sesaji Rewanda menjadi lebih mudah dibayangkan, seperti “マップがわかりやすかったです。 (peta nya mudah dipahami.)”
Fungsi <i>E-Guidebook</i> sebagai Media Promosi Wisata	Beberapa responden secara eksplisit mengungkapkan keinginan untuk berkunjung ke Goa Kreo, serta menilai bahwa penyediaan informasi dalam bahasa Jepang membuat mereka merasa nyaman untuk berwisata “ぜひ行ってみたいです。 (Aku ingin (berkunjung) kesana.)”
Tidak ada Masukan Tambahan	特になし / 特にありません/ ありません (Tidak ada saran khusus)

Dari hasil *feedback* tersebut, dapat disimpulkan bahwa respons responden terhadap *E-Guidebook* secara umum bersifat positif. Meskipun demikian, terdapat dua catatan penting yang perlu menjadi perhatian pada tahap revisi produk, yaitu (1) Perbaikan kesalahan penulisan (*typo*) pada teks berbahasa Jepang di halaman 8, (2) Penyesuaian tipografi untuk teks berbahasa Jepang agar tingkat keterbacaan

semakin meningkat, dan 3) Kosakata lokal yang tertulis menggunakan Katakana sulit dipahami. Oleh sebab itu, temuan-temuan pada kolom *feedback*, selanjutnya dijadikan dasar bagi peneliti untuk melakukan revisi produk sebelum *E-Guidebook* trilingual difinalisasi dan didistribusikan secara luas kepada wisatawan.

Selain melibatkan responden penutur asli bahasa Jepang, kuesioner juga diberikan kepada seorang responden penutur bahasa Inggris sebagai perwakilan untuk menilai keseluruhan produk dan penggunaan bahasa Inggris dalam *E-Guidebook*. Responden tersebut merupakan perempuan berusia 24 tahun, seorang pekerja, dan belum pernah berkunjung ke Goa Kreo maupun menyaksikan Festival Sesaji Rewanda secara langsung. Pada aspek konten dan bahasa, seluruh indikator utama memperoleh skor 4 dari 4, meliputi kejelasan informasi sejarah Goa Kreo, penyampaian makna filosofis Sesaji Rewanda, latar belakang acara, alur rangkaian kegiatan, serta kelengkapan materi. Sementara itu, penggunaan bahasa Inggris dan pemilihan kosakata memperoleh skor 3. Responden menyarankan penambahan video yang menampilkan tarian atau pelaksanaan festival untuk memberikan gambaran yang lebih nyata dan meningkatkan ketertarikan berkunjung.

Pada aspek desain dan tampilan, seluruh indikator memperoleh skor maksimal 4, mencakup *cover*, *layout*, pemilihan warna dan font, kualitas gambar atau ilustrasi, serta kenyamanan format *flipbook*. Tidak terdapat saran perbaikan pada aspek tersebut karena tampilan *E-Guidebook* telah dinilai baik. Dari segi fungsionalitas sebagai media promosi, skor 4 diberikan pada indikator ketertarikan untuk mengunjungi Festival Sesaji Rewanda secara langsung dan efektivitas *E-Guidebook* sebagai media promosi. Adapun indikator kemampuan *E-Guidebook* sebagai panduan wisata mandiri memperoleh skor 3. Secara keseluruhan, hasil tersebut menunjukkan bahwa *E-Guidebook* telah mampu menjalankan fungsi promosi dengan baik serta meningkatkan ketertarikan responden untuk berkunjung secara langsung ke Goa Kreo.

4.1.4.3 Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Setelah proses implementasi, evaluasi, dan penyempurnaan selesai dilakukan, versi final *E-Guidebook* trilingual didaftarkan untuk memperoleh Hak Kekayaan Intelektual (HKI) melalui Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di bawah naungan Kementerian Hukum Republik Indonesia (Kemenkum). Pendaftaran HKI dilakukan sebagai bentuk perlindungan terhadap hasil pengembangan penelitian sekaligus sebagai bukti kepemilikan atas karya yang dihasilkan. Lebih lanjut, HKI diharapkan dapat menjaga orisinalitas *E-Guidebook* trilingual serta mendukung pemanfaatannya secara berkelanjutan sebagai media promosi dan media informasi mengenai tradisi Sesaji Rewanda bagi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Goa Kreo.



Gambar 4.28 Sertifikat HKI

4.1.4.4 Penyerahan Produk

Setelah melalui proses evaluasi dan finalisasi, *E-Guidebook* trilingual kemudian diserahkan kepada pihak pengelola Goa Kreo sebagai media promosi sekaligus media informasi bagi wisatawan lokal dan mancanegara, khususnya bagi wisatawan Jepang. Produk diserahkan dalam bentuk cetak serta membuatkan

banner informasi yang dilengkapi dengan *QR code* yang dapat dipindai oleh wisatawan sehingga mereka dapat mengakses *E-Guidebook* digital secara langsung. Kehadiran media ini diharapkan dapat membantu wisatawan memperoleh informasi mengenai Goa Kreo dan tradisi Sesaji Rewanda, termasuk bagi wisatawan yang berkunjung di luar waktu pelaksanaan tradisi tersebut. Dengan demikian, wisatawan tetap dapat mengenal latar belakang, rangkaian acara, serta nilai filosofis yang terkandung dalam tradisi Sesaji Rewanda, sehingga pengalaman berkunjung menjadi lebih informatif dan bermakna.



Gambar 4.29 Penyerahan produk

4.1.5 *Evaluate* (Evaluasi)

Tahap evaluasi merupakan tahap terakhir dalam model pengembangan ADDIE. Tahap evaluasi pada model pengembangan ADDIE terdapat dua jenis tahapan, yaitu evaluasi formatif dan evaluasi sumatif. Tahap ini bertujuan untuk menilai kualitas produk dan proses pengembangan yang telah dilakukan, baik sebelum maupun sesudah tahap implementasi, sehingga dapat diketahui tingkat keberhasilan pengembangan serta kebutuhan revisi sebelum produk dinyatakan final (Hidayat & Nizar, 2021).

Evaluasi formatif dilakukan dengan menindaklanjuti seluruh masukan yang diperoleh dari para ahli. Evaluasi dilakukan fokus pada bagian-bagian *E-Guidebook* yang mendapatkan catatan, tanpa mengubah struktur maupun konten utama *E-*

Guidebook yang secara keseluruhan telah dinilai sangat baik oleh para validator. Menindaklanjuti masukan dari ahli media untuk menjelaskan nilai filosofi Sesaji Rewanda *Memayu Hayuning Bawana*, peneliti menambahkan satu halaman khusus yang menjelaskan arti atau makna dari nilai filosofi tersebut. Sedangkan untuk menindaklanjuti ahli bahasa Jepang dan Inggris, kedua peneliti melakukan *proofreading* terhadap partikel *the, a, an* pada keseluruhan teks bahasa Inggris dan perubahan penulisan kata “さる” menjadi “猿” pada keseluruhan teks bahasa Jepang, serta masukan dari ahli media dilakukan oleh peneliti kedua dikarenakan masukan ditujukan pada halaman 9 dan 16 yang merujuk pada rangkaian acara Festival Sesaji Rewanda.

Evaluasi sumatif dilakukan dengan menindaklanjuti seluruh masukan yang diperoleh pada tahap implementasi (uji coba kepada responden). Revisi dilakukan pada bagian-bagian produk yang mendapatkan catatan dari responden, tanpa mengubah struktur maupun konten utama *E-Guidebook* yang secara keseluruhan telah dinilai sangat baik oleh responden.

Tabel 4.10 Hasil temuan revisi produk

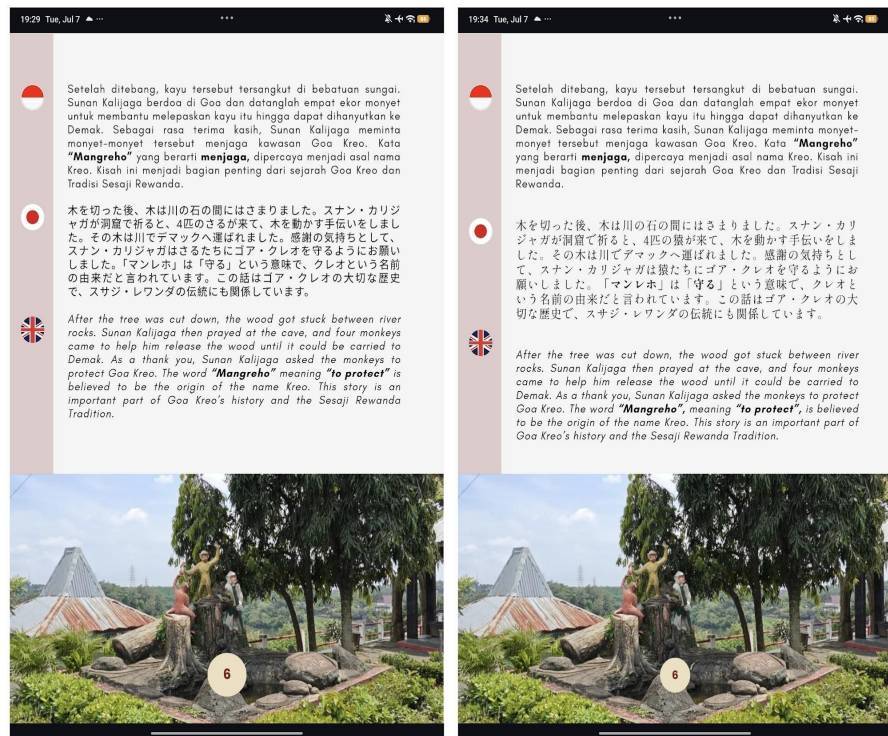
No	Temuan Evaluasi	Bagian produk
1	Kesalahan penulisan (<i>typo</i>) pada teks bahasa Jepang, yaitu pada penulisan partikel dan konjugasi kata kerja	Halaman 8, teks bahasa Jepang
2	Jenis tipografi (<i>font</i>) pada teks bahasa Jepang kurang nyaman dibaca	Seluruh halaman pada teks bahasa Jepang
3	Kosakata lokal yang tertulis menggunakan Katakana sulit dipahami	Seluruh halaman pada teks bahasa Jepang

Berdasarkan Tabel 4.10, revisi yang dilakukan bersifat teknis dan tidak memengaruhi struktur maupun materi *E-Guidebook* secara keseluruhan. Perbaikan

pada teks berbahasa Jepang dilakukan agar informasi yang disampaikan sesuai dengan kaidah tata bahasa yang berlaku, sedangkan penyesuaian font dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan dan kemudahan membaca bagi pengguna, khususnya penutur asli bahasa Jepang.



Gambar 4.30 Revisi Temuan 1



Gambar 4.31 Revisi Temuan 2

Glosarium 用語辞典 Glossary				
istilah Terms	🇮🇩	🇮🇩	🇮🇩	
Goa Kreo グア・クレオ	Tempat wisata di Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, yang terkenal dengan legenda dan monyetnya.	インドネシアの中部ジャワ州スマラン市にある、伝説と動物で有名な観光地。	A tourist attraction on the island of Central Java, Indonesia, famous for its legend and monkeys.	
Gunungan グンガン	Susunan hasil bumi berbentuk gunung yang melambangkan kemakmuran dan rasa syukur.	豊かさと感謝を象徴する山の形を意味する。	A mountain-shaped arrangement of agricultural produce symbolizing prosperity and gratitude.	
Kupat クハット	Makanan tradisional beras yang dibungkus anyaman kelipak.	ヤシの葉で包んだインドネシアの伝統的なご飯。	Traditional rice cake wrapped in woven coconut leaves.	
Klab Budaya クラブ・ブダヤ	Prosesi arak-arakan budaya yang mengiringi rangkaian acara festival.	祭りの一環として行われる伝統文化パレード。	A cultural parade held as part of the festival procession.	
Lepet レペット	Makanan tradisional Jawa yang terbuat dari beras ketan, kelapa, dan kacang tanah.	もち米・ココナツでレープと呼ばれるジャワの伝統料理。	A Javanese snack made from glutinous rice, coconut, and peanut.	
Majlis モスタ	Tempat umat agama Islam untuk agama Islam.	イスラム教の人が祈りをなす場所。	A place where Muslims pray.	
Memayu Hayuning Ramek メ・マ・ハ・ニ・ン・ラ・メ	Filosofi Jawa tentang menjaga keharmonisan manusia, alam, dan kehidupan.	人・自然・世界の調和を大切にするジャワの哲学。	A Javanese philosophy of preserving harmony among people, nature, and the world.	
Nembang Kidung ンベン・キドン	Tradisi melantunkan lagu atau kidung tradisional Jawa.	ジャワの伝統的な歌（キドン）を歌うこと。	The tradition of singing traditional Javanese chants or songs.	
Saka Guru サカ・グル	Tiang utama yang menopang bangunan tradisional Jawa.	ジャワの伝統建築を支えるの柱。	The main pillars supporting traditional Javanese architecture.	
Sego Ketek セゴ・ケテック	Makanan khas Desa Kendri yang berarti "nasi monyet".	「猿のご飯」という意味を持つカンダリ村の郷土料理。	A traditional dish from Kendri village whose name means "Monkey Rice."	
Semarang スマラン	Ibu Kota Provinsi Jawa Tengah, Indonesia.	インドネシアの中部ジャワ州の州都。	The capital city of Central Java Province, Indonesia.	
Sunan Kalijaga スナ・カリジャガ	Seorang penyebar agama Islam di Pulau Jawa yang memiliki hubungan erat dengan asal-usul Goa Kreo.	ジャワ島でイスラム教を広めた人です。グア・クレオの伝説に関係がある人物。	A Muslim preacher on the island of Java who is closely connected to the origin of Goa Kreo.	
Syawal シヤワル	Bulan ke-10 dalam kalender hijrah setelah Ramadan.	ラマダンの後に続くイスラム暦第10月。	The tenth month of the Islamic calendar following Ramadan.	
Wanara ワナラ	Kata dari bahasa Sanskrit yang berarti kera atau monyet.	サンスクリット語で「猿」という意味。	A Sanskrit word meaning ape or monkey.	
Paribaka パリスカ	Berasal dari bahasa Jawa Kuno yang berarti bersuka-cita, bergembira, atau perasaan menyenangkan.	古いジャワ語で「よきこと」や「楽しい」「喜ぶ」「喜ぶ気持ち」などの意味。	An Old Javanese word meaning joy, happiness, or a cheerful feeling.	

Gambar 4.32 Revisi Temuan 3

Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa *E-Guidebook* trilingual yang telah direvisi benar-benar siap untuk difinalisasi, didistribusikan dan digunakan sebagai media promosi wisata budaya.

Berdasarkan Gambar 4.27, seluruh aspek penilaian *E-Guidebook* trilingual telah berada pada kategori “Sangat Baik”, dan seluruh temuan perbaikan yang diperoleh dari tahap implementasi telah ditindaklanjuti melalui proses revisi dapat dilihat pada Gambar 4.28 hingga Gambar 4.30. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *E-Guidebook* trilingual dengan judul “Sesaji Rewanda: ゴア・クレオでスサジ・レワンダの伝統にふれてみよう *Getting To Know and Experiencing The Sesaji Rewanda Tradition at Goa Kreo*” dinyatakan layak dan final untuk digunakan sebagai media promosi wisata budaya bagi calon wisatawan mancanegara, khususnya wisatawan Jepang. Selesaiannya tahap evaluasi ini menandai berakhirnya keseluruhan proses pengembangan produk dengan model ADDIE pada penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Pengembangan *E-Guidebook* trilingual dengan judul “Sesaji Rewanda: ゴア・クレオでスサジ・レワンダの伝統にふれてみよう *Getting to Know and Experiencing the Sesaji Rewanda Tradition at Goa Kreo*” dilaksanakan menggunakan model ADDIE yang terdiri atas lima tahapan yang saling berkaitan, mulai dari analisis kebutuhan wisatawan hingga evaluasi produk akhir. Melalui rangkaian tahapan tersebut, penelitian ini berhasil menghasilkan sebuah *E-Guidebook* trilingual berbahasa Indonesia, Inggris, dan Jepang yang memuat informasi historis, filosofis, serta rangkaian acara Festival Sesaji Rewanda di Goa Kreo, Semarang. Produk ini juga dilengkapi dengan informasi praktis bagi wisatawan, seperti aksesibilitas lokasi dan panduan etika berkunjung (*do and don't*), dengan demikian dapat berfungsi sebagai media promosi wisata budaya yang

informatif sekaligus edukatif bagi calon wisatawan mancanegara, khususnya wisatawan Jepang.

Pada penelitian Efendi dan Carecca (2025) *E-Guidebook* hanya disajikan dalam satu bahasa dan berfokus pada informasi navigasi tur secara umum, sedangkan *E-Guidebook* pada penelitian ini disusun secara trilingual dan memuat muatan historis-filosofis yang lebih mendalam mengenai satu tradisi budaya lokal tertentu, sehingga lebih relevan digunakan sebagai media edukasi budaya, bukan sekedar panduan navigasi, meskipun demikian kedua penelitian sama-sama menghasilkan media digital berbasis *Research and Development* (R&D) yang terbukti efektif menyampaikan informasi wisata secara ringkas dan mudah diakses.

Penelitian ini juga sejalan dengan temuan Adiaya et al., (2024) yang membuktikan bahwa pengembangan media informasi budaya secara sistematis mampu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya di Desa Budaya Keramas, Gianyar. Perbedaannya terletak pada bentuk media dan sasaran pengguna, modul yang dikembangkan berbentuk cetak dan ditujukan bagi komunitas lokal, sedangkan produk pada penelitian ini berbentuk *E-Guidebook* trilingual yang ditujukan bagi wisatawan mancanegara. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa upaya pelestarian budaya melalui media edukasi dapat diadaptasi pada berbagai bentuk dan sasaran pengguna sesuai dengan konteks dan tujuan promosinya.

Sementara itu, penelitian Wahyuningtyas dan Suciptaningsih (2024) yang mengembangkan *E-Booklet* literasi budaya bagi siswa sekolah dasar memperoleh kategori Sangat Layak. Hasil tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yang memperoleh rata-rata persentase validasi ahli diatas 90% dengan kategori yang sama. Meskipun demikian, kedua penelitian memiliki sasaran pengguna yang berbeda. Penelitian tersebut menyasar siswa sekolah dasar sebagai bagian dari pembelajaran literasi budaya di lingkup pendidikan formal, sedangkan penelitian ini menyasar calon wisatawan Jepang sebagai bagian dari strategi promosi wisata budaya lintas negara.

Penelitian Purwaningsih et al., (2022) memperkuat temuan bahwa penyajian informasi dalam berbagai bahasa dapat memperluas jangkauan promosi wisata kepada wisatawan mancanegara. Perbedaan mendasar terletak pada bentuk medianya. berupa website pariwisata yang bersifat umum, sedangkan penelitian ini menghasilkan *E-Guidebook* tematik yang bersifat portabel, dapat diakses secara *online*, dan difokuskan pada satu objek wisata budaya secara mendalam.

Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Handayani dan Sari (2021) yang berfokus pada identifikasi karakteristik dan preferensi wisatawan Asia Timur, termasuk wisatawan Jepang. Penelitian ini menindaklanjuti temuan tersebut dengan mengembangkan produk nyata berupa media promosi yang secara khusus dirancang untuk menjawab preferensi wisatawan Jepang terhadap pengalaman budaya yang autentik dan mendalam.

Selanjutnya, temuan Halum et al., (2021) menunjukkan bahwa media digital berperan efektif dalam meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap warisan budaya daerah secara umum. Penelitian ini memberikan kontribusi lebih spesifik dengan mengangkat kedalaman aspek historis, filosofis dan rangkaian acara dari satu tradisi budaya tertentu, yaitu Sesaji Rewanda, serta memadukannya dengan elemen interaktif dan format trilingual, sehingga informasi budaya yang disampaikan tidak hanya bersifat umum, tetapi juga kontekstual dan mudah dipahami oleh wisatawan mancanegara dari latar belakang bahasa yang berbeda.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan di atas menunjukkan bahwa *E-Guidebook* trilingual yang dikembangkan pada penelitian ini berhasil mengisi kesenjangan (gap) dari penelitian-penelitian terdahulu yang sebagian besar masih bersifat satu bahasa, umum, atau menyasar kelompok pengguna yang berbeda. Hasil validasi ahli menunjukkan rata-rata persentase kelayakan sebesar 95,48% dengan kategori Sangat Layak, sementara hasil implementasi kepada calon wisatawan Jepang menunjukkan bahwa seluruh aspek penilaian, yaitu konten dan bahasa (3,61), desain dan tampilan (3,83), serta fungsional produk (3,83), berada pada kategori Sangat Baik. Temuan-temuan tersebut memperkuat bahwa *E-*

Guidebook trilingual ini mampu menjawab kebutuhan media promosi wisata budaya yang informatif, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik calon wisatawan Jepang, sekaligus turut berkontribusi dalam melestarikan dan menyebarkan nilai budaya lokal Tradisi Sesaji Rewanda di mata internasional.